

# 高野山の宿坊の観光資源化の実態分析： 訪日外国人観光者の増加とその影響

あきやま ふみよ  
 明山 文代 和歌山大学大学院観光学研究科

Accommodation facilities in Japanese temples and shrines have evolved in response to the growing number of international tourists, yet research on this transformation remains limited. This paper examines temple lodgings (shukubō) in Koyasan as a case study, focusing on how the influx of inbound tourists since its inscription as a UNESCO World Heritage Site in 2004 has influenced the spatial organization and religious traditions of these lodgings. The results of the research show that since the 2000s, shukubō have increasingly shifted from traditional rooms divided by sliding paper doors (fusuma) to walled private rooms, some now offering en-suite bathrooms or toilets. In addition, these facilities attract tourists by providing opportunities to experience monastic life within historic Buddhist architecture and cultural properties, while packaging activities such as morning prayers, sutra copying, Ajikan meditation, and vegetarian Buddhist cuisine (shōjin ryōri) as accessible religious experiences. The study discusses that shukubō in Koyasan have been reconstructed from spaces of prayer into wellness-oriented places, where tourists can seek healing and self-transformation through participatory religious practices.

キーワード：宿坊、高野山、観光資源化、インバウンドツーリズム、文化遺産

Keyword : Temple Lodging (Shukubō), Koyasan, Tourism Commodification, Inbound Tourism, Cultural Heritage

## 1 はじめに

2000年代初頭、政府は日本経済を牽引する産業として観光業に着目し、特に訪日外国人観光者誘致に重点をおいた政策を実施した。これ以降、訪日外国人観光者は大幅に増加した。新型コロナウイルス感染症拡大による入国制限で一時は大きく減少したものの、2023年に制限を解除して以降、その数は回復してきた。現在、過去最高を記録している。

インバウンドツーリズムには地方への経済効果が期待されているが、訪日外国人観光者の訪問や宿泊、観光消費する地域は偏在し、その影響は地方によって大きく異なっている（新井直樹、2017）。外国人観光者が集中してオーバーツーリズムが問題となっている地域がある一方で、多くの地域では、さらなる外国人観光者の訪問を求め、その誘致に尽力している。観光庁もまた、地域活性化の方策の一つとして訪日外国人観光者の地方への誘致と受け入れ機能の強化を掲げ、体

験型コンテンツの開発を支援し、情報発信の強化を図っている。また、1人当たりの旅行消費額を増やすことを目的に、宿泊施設の高級化や観光資源の高付加価値化を進めている<sup>(1)</sup>。

こうした動きと並行して、近年、宿坊など寺院の宿泊施設が外国人観光者のニーズに対応したサービス提供や、富裕層に焦点を当てた施設の高級化を図ったりしている。現在はホテル経営をする企業が寺社と提携した「宿坊型ホテル」や、観光者を対象に設備を改装し、新たなサービスを付加した高級宿泊施設となった宿坊が誕生している（和栗隆史、2024：65）。このような宿坊の新たな潮流の中で、伝統的な寺社の宿坊もまた変容しつつある。宿坊の本来の位置づけは、僧侶や参拝者が滞在し、修行や祈りを行うための宗教施設というものである。しかし、近代に入り観光者に開かれ（明山文代、2020）、それ以降、団体旅行の興隆やその後の個人化傾向など、観光者の動向に沿

って変化してきた。近年では訪日外国人観光者の増加に伴い、宿坊は宗教施設としての役割と観光施設としての役割の双方を担うようになってきている（竹田茉莉・工藤泰子、2016）。しかし、宿坊の変容が宗教的伝統や宗教空間としての意味にどのような影響を与えているのかについては、十分に検討されていない。

以上の状況を踏まえ、本研究では、世界遺産登録を契機として訪日外国人観光者の増加が高野山金剛峯寺の宿坊にどのような変容をもたらしているのかを明らかにするとともに、その変容が宿坊の宗教的伝統および宗教空間としての意味にいかなる再編をもたらしているのかを解明することを目的とする。具体的には、宿坊の空間構成・サービス・運営方針の変化を明らかにし、その変化が宿坊の宗教的役割や宗教性の表象にどのような影響を与えているのかを検討する。研究対象である高野山金剛峯寺は、真言密教の聖地として1200年の歴史を持ち、修行や

参拝の場としての伝統を今日まで維持してきた。高野山の宿坊は宗教的実践の場であると同時に、近代以降は観光者の宿泊施設としても機能してきた。近年では訪日外国人観光者が急増し、その対応が進んでいることから、宿坊の変容を検討する上で適切な事例であると考えられる。

本研究の以降の構成は次の通りである。第2章で、宗教施設における訪日外国人観光者の宿泊に関する既存研究の知見を整理し、これに基づいて設定した本研究の課題およびデータ収集方法を示す。第3章では、研究対象の高野山金剛峯寺の概要を述べる。第4章では、高野山の訪日外国人観光と高野山に関する情報発信について概観する。第5章では、データ収集方法を述べ、訪日外国人観光者の増加による宿坊の変容についての調査結果を示す。第6章では、調査結果に基づき、訪日外国人観光者の増加が宿坊の宗教的伝統および宿坊の空間構成に与える影響について考察する。そして、最終章で、本研究を総括し、今後の展望を示す。

## 2 先行研究の検討および研究課題・データ収集方法

### 2-1 宗教施設に関する先行研究

宗教的な場所や実践が、観光の文脈に組み込まれていく過程を論じてきた研究がある。それは、世界遺産登録を契機として観光資源化されていくことや観光メディアを通じて共有されたこと、そして、体験型観光として具体化されたことなど、とくに地理学や観光学では、宗教施設が信仰の場としての性格を保持しているが、観光資源として再編成されていく過程が注目されている。

まず、門田岳久（2010）が「宗教の資源化・商品化・再日常化」という概念を示した。これは、宗教的な場所や行為などが宗教以外の目的のために利用可能な価値としてみなされ、商品化され、さらに、商品化された宗教が非日常的な信仰ではなく、日常生活の延長線上で、消費や実践がなされていく過程として提示し

た。

次に、世界遺産登録を契機とする宗教施設の観光資源化については、松井圭介による一連の研究が挙げられる。松井圭介（2009、2018）は、長崎と天草地方の教会群を事例に、宗教的施設や場所が、登録運動や観光振興政策を通じて「世界遺産としての価値」を付与され、観光対象として再構築されていく過程を明らかにしている。これらの研究は、宗教施設の観光資源化は、行政、地域社会、観光戦略といった実践の中で形成されることを示した。さらに、有馬貴之（2015）は、『るぶ富士山』を対象に、ガイドブックにおける記述や構成の変化を分析した。そこで富士山の観光目的地としてのイメージの変化を明らかにし、観光対象の意味づけが時代とともに変容することを示した。川添航（2025）は、韓国におけるテンプルステイ事業を事例に、寺院における修行や生活実践が宿泊・修行・体験プログラムとして再構成される過程を分析し、宗教施設の観光資源化の取り組みに行政も積極的に関与したことを指摘している。なかでも、「テンプルステイの事例は、信仰を前提としない浮動化した宗教文化が人々のスピリチュアルな関心と接続され、より広範かつさまざまな欲求をもつ観光者を惹きつける観光資源ともなりうる点を示している。」とし、スピリチュアルな関心との接続に注目している。高野山を対象とした研究としては、尾家建生（2016）や竹田茉耶・工藤泰子（2016）が、訪日外国人観光者の体験や満足度に注目している。尾家は、宿坊体験や僧侶との対話が高い経験価値を持つことを示した。竹田・工藤は、奥の院や宿坊での体験が観光資源として機能していることを明らかにした。これらは、高野山が観光の対象だけではなく、「体験される宗教空間」として観光資源化されていることを示唆している。

### 2-2 研究課題およびデータ収集方法

2-1での宗教施設の観光資源化に関する先行研究から、宗教的な場所や行為が、

利用可能な価値として再評価され、商品化・体験化されていく過程が明らかにされてきた。近年の観光研究において、観光が単なる景観の鑑賞や消費行動にとどまらず、心身の回復や自己の変容に関する体験志向への広がり指摘されている。とりわけ、ウェルネス・ツーリズムやスピリチュアル・ツーリズムは、癒しや内面的充足を目的とする観光形態として位置づけられ、その実践の場として宗教的な場所や宗教的な実践が取り込まれてきた。特に、宗教体験が観光の文脈に取り込まれるなかで、「心身の安らぎや癒し」、「日常からの離脱」といった要素がスピリチュアルな関心と接続され、宗教文化が新たな形で消費されている点が指摘されている。しかし、これらの研究は、変容の過程そのものを多層的に検討したものは必ずしも多くない。特に、宿坊は、僧侶の生活・修行の場であると同時に、宿泊や体験を提供する空間でもあるという特性があり、その変容は単なる変化として把握できない。そこで本研究では、高野山の宿坊を対象に、インバウンド観光の増加という社会的文脈のもとで進行している宿坊の観光資源化を、建築や内装の改修や設備更新などにみられる物理的改修という空間的変容のレベル、宿泊サービス、食事提供、宗教儀礼や体験プログラムの再編にみられるサービス内容の変化という機能的変容のレベル、それらを通じて宿坊が「宗教的修行の場」から「文化・体験型宿泊施設」へと再評価されていく意味的変容のレベルという三つの側面から捉えることを研究課題とする。本研究を通じて、伝統的な寺社の宿坊が本来有してきた宗教性や歴史性をいかに保持し、国内観光者や訪日外国人観光者の訪問に対応してきたのかを明らかにすることを目的とする。

本研究における主なデータ収集方法は、統計資料などの二次資料および聞き取り調査による一次資料の収集である。二次資料としては、和歌山県が発行する「観光客動態調査報告書」を用いた。一次資料については、宿坊に関する情報を

2022年6月6日に大圓院の住職への聞き取り調査によって収集した。また、宿坊の宿泊施設等に関する詳細な情報は、2025年10月7日に高野町観光協会、高野山宿坊協会、および高野山参詣講のスタッフを対象とした聞き取り調査を通じて得られたものである。

### 3 高野山金剛峰寺の概要と宿坊

本章では、研究事例とする高野山金剛峰寺およびその宿坊の特徴について概観する。高野山は和歌山県伊都郡高野町に位置し、空海が創建した壇上伽藍を中心に、多数の寺院が存在する。これらの寺院や集落は標高約800mの高位平坦地に立地している。2025年現在、高野山は壇上伽藍と奥之院を二大中心とし、高野山金剛峰寺、117の塔頭（うち51寺院が宿坊を経営）、商家、その他の集落からなる宗教都市の様相を呈している（松長有慶、2014）。次に、宿坊の成立過程と現代に至る展開について、『高野山』（松長、2014）をもとに整理する。高野山の成立は9世紀初頭に遡る。空海は816（弘仁7）年に嵯峨天皇より修禪の道場として高野山を下賜され、開創に着手した。835（承和2）年の空海入定後、奥之院が形成され、10世紀以降、貴族や上皇の参詣を通じて高野山は広く保護・崇敬されるようになった。平安末期には一般庶民の信仰も広がり、奥之院周辺では納骨・納髪が行われるようになった。こうした参詣の広がりの中で、参詣者の滞在を支えたのが宿坊である。高野山における宿坊の成立は室町期であり、この時期、遠方からの参詣者が増加し、奥之院周辺に墓所を構える動きがみられた（新城常三、1985）。室町後期には、宿坊は將軍家や戦国武将らの参拝時の宿泊施設として機能し、参詣拠点としての役割を担うようになった。江戸期に入ると、高野山は極楽浄土に救われる地として広範な信仰を集め、宿坊は奥之院参拝や先祖供養・墓参のための宿泊施設として定着した（新城常三、1985）。

明治期には宗教政策の転換により財政

基盤が揺らいだが、御遠忌大法会や高野山開創大法会の開催を契機に、寺院整備や交通機関との連携が進み、高野山は観光地としての性格が強めた。昭和初期には鉄道会社との協力によるスキー場建設が行われ、観光開発が本格化した。戦後は団体参詣旅行や法会、林間学校の再開によって復興が図られた。さらに1960年の高野山有料道路、1980年の高野龍神スカイラインの開通により交通環境が改善され、1975年には日帰り客数が宿泊客数を上回った。2000年代以降、団体参拝は減少し、個人や小規模グループが主流となった。特に世界遺産登録を契機として観光者数は増加し、近年では訪日外国人観光者の急増が顕著となっている。

## 4 高野山の訪日外国人観光と高野山の情報発信

### 4-1 高野山における訪日外国人観光者の増加とその背景

高野山で宿泊する訪日外国人観光者は、図-1に示すようにコロナ期を除き増加が著しい。和歌山県の観光客動態調査によると、2004年の世界遺産登録以前では年間1万人前後だった訪日外国人宿泊者数が世界遺産登録後増加に転じ、2007年に初めて3万人を超えている。2011年の外国人宿泊者数の減少は、東日本大震災と福島第一原子力発電所の事故の影響とみられるが2013年には5万人の大台にのった。

2019年には約10万9000人と急増し、以後コロナ感染時期を除いて復調している。

次に、高野山を訪れる国・地域別訪日外国人観光者の内訳を見る（図-2）と高

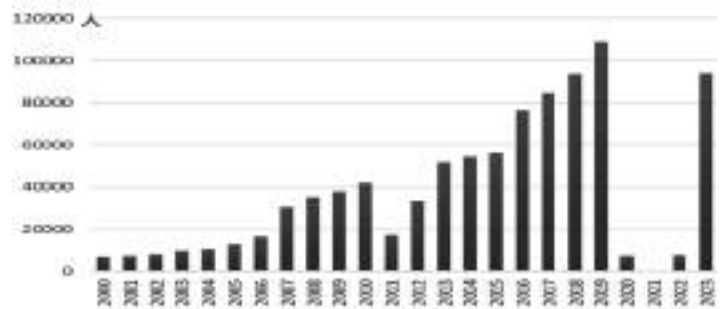


図-1 高野山で宿泊する訪日外国人観光者数の推移

（和歌山県観光客動態調査報告書より筆者作成）

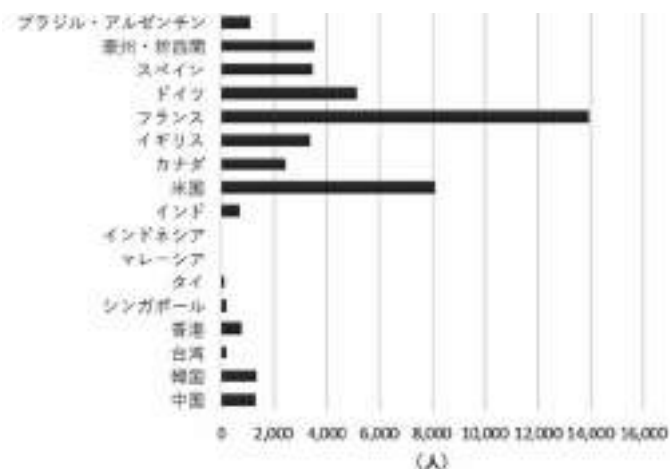


図-2 高野山で宿泊する出身国・地域別訪日外国人観光者の内訳（2023年）

※豪州・新西蘭はオーストラリアとニュージーランドを表す

（和歌山県観光客動態調査報告書より筆者作成）

野山を訪れる外国人観光者は、国・地域によって大きな偏りが見られる。特に顕著なのは欧州からの来訪者の多さであり、フランス（13,999人）、ドイツ（5,162人）、スペイン（3,478人）など、西欧諸国が上位を占めている。

一方、アジア地域では中国（1,334人）と韓国（1,342人）が比較的多いものの、東南アジア諸国・地域の数値は総じて低い。北米ではアメリカ（8,101人）とカナダ（2,452人）が比較的多く、欧州に次ぐ主要な来訪地域となっている。南米（ブラジル・アルゼンチン計1,092人）やオセアニア（豪州・ニュージーランド計3,535人）からの訪問も一定数確認でき、高野山がグローバルな観光地として認知されていると推察できる。

高野山で宿泊する外国人観光者については、高野町観光協会による次のような調査結果（2024年度分）が報告されている<sup>(6)</sup>。それは、欧米豪系観光者について、仏教への関心の高さがうかがわれ、仏教関連の知識欲も高く、精神的充足を求めるといった結果であった。

#### 4-2 高野山の情報発信

##### (1) 政府の高野山関連の取組み

次に、高野山を訪問し宿泊する外国人観光者が増加した要因となる宣伝・情報発信についてみていく。

高野山がユネスコ世界遺産に登録された2004年は、日本政府が観光立国として法制度を整えていた時期にあたり、2003年4月に政府のビジットジャパン事業が開始された。このような背景の中で、2004年、旅行目的地としての「日本」の認知度を向上させることを目標に活動している独立法人の国際観光機構（JNTO）は、パリ海外事務所におけるメディア向け広報活動としてニュースリリースを隔月6回発行し、ル・モンド紙には「高野山の歴史と現代」というタイトルで写真と共に紹介した<sup>(7)</sup>。その紹介文の多くは、宿坊の概要とそこにおける生活が詳しく説明され、寺院での宿泊という非日常空間での生活体験やそこで繰り広げられる儀

式の感覚を表現して、新たな日本への観光を演出した。また、関西国際観光推進（KIT）センター<sup>(8)</sup>は、2004年、海外の新聞、雑誌、テレビ局記者を関西に招き、関西の見所をツアーの形で紹介するプレスツアー事業を展開し、『ル・モンド』は高野山の静寂と神秘性を伝えている<sup>(9)</sup>。

##### (2) 海外メディアや高野山からの情報発信

インバウンドツーリズム推進策をとる日本政府や観光推進機関による宣伝だけでなく、海外メディアによる情報発信も行われてきた。

世界遺産登録以前の1999年5月、フランスのル・モンド紙にジャーナリスト、ニコル・バーンハイム氏の「高野山体験記」が紙面全面に高野山の写真と共に掲載された。これは、彼女の高野山体験をもとに、奥之院を中心とした高野山の森厳性や伝統ある習俗が語られたものであり<sup>(10)</sup>、高野山の知名度が上がる契機となった。世界遺産登録後では、2009年、「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン」<sup>(11)</sup>で紹介され、2015年、ナショナル・グラフィック・トラベラーには、ベストトリップ2015で、「今行くべき20のディステイネーション」に選ばれている<sup>(12)</sup>。

このような大手の海外メディア以外に、高野山在住の外国人の方々からの発信もその一つである。現在、高野山外国人僧侶のクルト・キューブリ（無量光院・僧クルト厳蔵）は、5か国語（フランス語、ドイツ語、英語など）で外国人旅行者や欧米のメディアに高野山の曼荼羅（まんだら）や仏像、ふすま絵などを解説し、その魅力を紹介している<sup>(13)</sup>。

以上のように、高野山の世界遺産登録によって「高野山の静寂と神秘性」や「高野山の歴史と文化」そして「宿坊寺院での宿泊体験」という高野山の3つの魅力が海外メディアによって発信された。これらが訪日外国人観光者の増加の背景として考えられ、欧米諸国からの観光者の誘致に力点が置かれていたことが推察される。

高野山では、高野町・金剛峯寺・宿坊組合・商工会から成る高野町観光事業推進委員会を中心に、2000年頃より主に景観の維持向上<sup>(14)</sup>、WiFi環境の整備<sup>(15)</sup>、通訳ガイドの充実などにおいて国内観光者や訪日外国人観光者の受け入れ態勢が整備されていった。以上のような状況をふまえ、高野山の宿坊における訪日外国人観光者への対応が、宿坊の宗教的伝統や空間構成にどのような影響を与えているかを見ていく。

#### 5 高野山の宿坊の変容

訪日外国人観光者の増加により宿坊ではどのような受け入れ態勢を整えていったのか、客室など宿泊のための施設の整備という面や宿坊が提供するサービスという面から見ていく。

##### 5-1 宿坊の平面構成の変化

まず、どのように宿泊のための施設整備を行ったのかについて説明する。宿坊（宿坊寺院）は、寺院としての機能と宿泊施設との機能を併せ持つため、両方の機能を満たすように設計されている<sup>(16)</sup>。

宿坊寺院の旧来の平面構成は、本堂や拝殿、客室、共同利用施設、僧侶の生活空間という4つの主な構成要素からなっている。本堂や拝殿は、寺院の中心的建築物で仏事が挙行され、参拝を行う聖域である。客室は、宿泊者用の客室や大広間で、一般的に畳敷きの和室であり、襖で仕切られているのが通常である。共同利用施設は、宿泊客が共同で利用する場所で、食堂（広間）、浴室、洗面所、談話室となっており、客室には、個別のトイレ、洗面所、浴室はなく、客室の外で共同使用するものであった。僧侶の生活空間は、住職など宿坊を運営する僧侶が居住する空間で、宿坊の食事を準備する台所や寺務所も含まれる。

##### (1) コロナ感染症流行期以前の変化

以上のような旧来の平面構成は、1984年の御遠忌大法会以降変化していく。それは、宿泊客層に顕著に表れる。表-1に示すように、高野山的全宿泊客が漸次減

表-1 高野山訪日外国人宿泊者数と割合の年次推移（1984-2023）

年	全宿泊者数(人)	訪日外国人宿泊者数(人)	訪日外国人宿泊者割合%	年	全宿泊者数(人)	訪日外国人宿泊者数(人)	訪日外国人宿泊者割合%
1984	718,149	2,147	0.3	2004	374,940	10,530	2.8
1985	416,184	1,866	0.4	2005	322,614	13,051	4.1
1986	403,956	1,903	0.5	2006	280,525	16,413	5.9
1987	369,844	1,998	0.5	2007	313,131	30,352	9.7
1988	351,272	1,950	0.6	2008	318,064	35,337	11.1
1989	354,089	2,160	0.6	2009	310,184	38,108	12.3
1990	412,093	1,532	0.4	2010	315,475	41,946	13.3
1991	388,582	1,635	0.4	2011	224,891	17,281	7.7
1992	411,627	2,501	0.7	2012	260,867	33,653	12.9
1993	391,251	2,747	0.7	2013	269,031	51,840	19.3
1994	454,235	2,867	0.6	2014	272,863	54,511	19.9
1995	410,770	3,267	0.8	2015	440,422	56,059	12.7
1996	391,257	3,587	0.9	2016	224,818	76,645	34.1
1997	363,689	4,364	1.1	2017	209,946	84,333	40.2
1998	322,711	5,486	1.7	2018	225,692	93,874	41.6
1999	316,563	5,553	1.8	2019	224,393	108,993	48.5
2000	328,674	7,218	2.2	2020	51,052	7,594	14.9
2001	335,997	7,504	2.2	2021	54,132	398	0.7
2002	329,116	8,312	2.5	2022	98,218	8,072	8.2
2003	331,777	10,038	3.1	2023	218,644	93,907	42.9

（和歌山県観光客動態調査報告書より筆者作成）

少している中、全宿泊者に対する訪日外国人観光者の宿泊割合が年々増加し、コロナ感染症流行期前の2019年は48.5%と約半数になった。コロナ感染症流行解除後の2023年は42.9%とほぼ半数が訪日外国人観光者となっている。

では、宿坊ではどのような受け入れ態勢を取ろうとしたのか、まずは客室について考察する。外国人観光者の増加の契機となった世界遺産登録（2004年）以前の宿坊の客室について、日本経済新聞の記事<sup>(17)</sup>が参考となる。それは、以下の記事である。

「御遠忌に向けた増・改築でふすま仕切りの部屋が大幅に減り、今や壁仕切りの部屋が主流となった。バス、トイレ付でホテル並みの個室を作った所もある。大広間も豪華になり、映写設備やステレオ放送のできる音響設備をそろえた宿坊も。年配の信者が中心だった宿坊利用客も減り、最近では観光客や企業の研修生な

どヤングが増えている。寺側もこうした時代の流れをくみ、ポスト御遠忌を見越して近代的な宿坊経営に乗り出した。今回の御遠忌に合わせて53ヶ寺の宿坊のうち8割近くが何らかの増改築をした。この中で目立つのが個室化。旅行会社のツアー増加で客層が大幅に変化し、これまでの純日本建築では満足しない客が増えてきたのが理由だ。……」

※この御遠忌は、弘法大師御入定1150年御遠忌大法会（1984年）である。宿坊数は、1984年当時のものである。

以上のように、1984年御遠忌大法会以降、宿坊の個室化が進んでいくことが想定されるとしている。そこで、その後の宿坊の動きについて見ていこう。表-2は、52ヶ寺の宿坊の客室（個人用、団体用部屋数）について、2013年と2018年のデータ<sup>(18)</sup>を表したものである。壁個室は、壁によって仕切られた個室で、襖個室は、襖によって仕切られた個室である。

表-2から次のようなことが読み取れる。2013年には壁仕切り個室が襖仕切り個室を上回った宿坊が39あり、全体の75%に及ぶ。

そのうち9ヶ寺の宿坊は壁仕切りの個室のみである。2013年と2018年を比較すると52ある宿坊のうち39の宿坊は個室や広間の数には変化がなく同数である。2013年から2018年にかけて増改築を行い、壁個室が増加した宿坊は4ヶ寺の宿坊であった。つまり、2004年の世界遺産登録を契機とした外国人観光者の増加という新たな現象と2015年の開創1200年記念大法会の開催を踏まえた中で、2013年頃までには、高野山の宿坊は壁個室化が進んでいた。なかでも、2018年にかけて襖仕切りの部屋が多かった宿坊のうち、成就院、無量光院、蓮華院、恵光院は2018年には壁仕切りの部屋を増設している。

特に、恵光院は一部の個室をバス・トイレ付個室やトイレ付個室としている。ただし、2013年までに常喜院は一部バス・トイレ付個室を、不動院は全室トイレ付個室を設けている。また、無量光院以外は襖仕切りの部屋を減らしている。このような傾向の中で、2019年より蓮華院もバス・トイレ付個室を含む増改築を行っている。

このように、2018年頃までには壁仕切りの個室化への動きが宿坊に浸透していたことと、共同使用であったバス・トイレは、バス・トイレ付個室やトイレ付個室の設置へと動きが出はじめ一層個室化が進行していることが分かる。この状況は、2004年の世界遺産登録による外国人観光者の宿泊が増加していることが大きな影響を与えているのではないかと、特に2013年から2018年の時期は、外国人宿泊者数が急増期であり全宿泊者の約半数を外国人観光客が占めていることは、宿坊の新しい対応が求められていることを示していると考えられる。しかし、客室を大きく減らした宿坊や宿泊受け入れは檀信徒のみである宿坊や一般観光者を対象とした内部拝観を行わない宿坊など独自の道を歩む宿坊もある。

表-2 高野山宿坊の平面構成の変化-客室について-

宿坊/年	壁・個室		襖・個室		大広間		中広間		宿坊/年	壁・個室		襖・個室		大広間		中広間	
	2013	2018	2013	2018	2013	2018	2013	2018		2013	2018	2013	2018	2013	2018	2013	2018
西南院	12	12	27	27	1	1	1	1	福智院	66	60	0	0	3	3	2	2
報恩院	12	12	3	3	1	1	1	1	本覚院	36	36	0	0	1	1	1	1
桜池院	14	14	6	6	1	1	1	1	無量光院	8	10	17	17	1	2	2	2
宝亀院	18	18	6	6	1	1	1	1	本王院	24	24	7	7	1	1	2	2
遍照尊院	39	39	0	0	1	1	1	1	普門院	17	17	2	2	1	1	1	1
増福院	15	15	10	0	1	1	0	0	普賢院	36	36	8	8	1	1	1	1
成就院	10	14	9	5	1	1	0	0	高室院	17	10	10	10	1	1	0	0
釈迦門院	12	12	12	12	1	1	1	1	金剛三昧院	45	45	18	18	1	1	4	4
常喜院	8	8	14	14	1	1	1	1	西門院	23	23	16	16	1	1	1	1
天徳院	44	44	10	10	1	1	0	0	大圓院	24	24	11	11	1	1	2	2
正智院	22	14	25	12	3	1	1	1	成福院	22	22	0	0	1	1	1	1
宝城院	40	30	3	2	3	3	2	2	持明院	29	29	8	8	1	1	1	1
西禅院	16	12	2	2	1	1	1	1	三宝院	26	26	14	14	1	1	1	1
明王院	14	14	5	5	1	1	0	0	不動院	14	14	13	13	1	1	1	1
龍光院	8	5	0	0	0	0	0	0	北室院	4	4	10	10	2	2	0	0
親王院	1	2	6	5	0	0	0	0	遍照光院	27	27	4	4	1	1	1	1
総持院	13	13	0	0	1	1	0	0	地藏院	24	24	0	0	1	1	0	0
蓮華院	6	18	7	0	1	0	1	1	蜜巖院	26	26	13	13	1	1	0	0
安養院	9	9	17	17	1	1	0	0	上池院	21	21	7	7	1	1	0	0
一乗院	23	23	0	0	1	1	1	1	大明王院	0	0	25	25	1	1	0	0
巴陵院	11	0	8	3	1	1	1	1	光明院	6	6	16	16	1	1	1	1
蓮華定院	7	7	41	41	1	1	0	0	恵光院	11	17	22	16	1	1	2	2
西室院	40	40	0	0	1	1	0	0	熊谷寺	29	29	14	14	1	1	0	0
南院	12	12	10	10	1	1	1	1	宝善院	12	12	11	11	1	1	2	2
光臺院	10	10	8	8	1	1	1	1	赤松院	50	50	12	12	1	1	1	1
龍泉院	23	23	6	6	1	1	0	0	清浄心院	6	6	15	15	1	1	0	0

(樞出版社 (2013)『高野山 宿坊の旅』樞出版社、樞出版社 (2018)『世界遺産の霊場 高野山の宿坊 公式ガイドブック』樞出版社のデータより筆者が作成)

その他に、客室以外の施設などにも変化が表れている。表-3は、2013年と2018年の各宿坊に備えられている施設や装備品に関するデータで、各宿坊での有無(表中では有は1、無は0)をあらわしている。この表から、洋式トイレ設置の宿坊は全体の94.2%、そしてホームページを備える宿坊は55.7%、茶室を設置する宿坊は40.3%と多い。このように、洋式トイレとホームページ、茶室を装備する宿坊が一般的であるが、エレベーターと2つ以上の浴場(大浴場と中浴場やサウナ、シャワー室、客室のバス)を持つ宿坊は6宿坊である。その他に、阿字観室、喫茶室、売店、有線・無線LANが設置されている宿坊がある。それは以下の宿坊である。阿字観室は、恵光院と赤松院、喫茶室と売店は、各遍照尊院と福智院、

有線LANは、西禅院・一乗院・蓮華定院、無線LANは、蓮華定院と無量光院である。

これらの施設・装備品を設置する宿坊の取組に関して、積極的に採り入れている宿坊は6つの施設・装備品を設置する福智院を筆頭に、4つの施設・装備品を設置する宿坊が10宿坊ある。これらの積極的な宿坊に対して、主に、洋式トイレのみ導入あるいは洋式トイレ未導入という宿坊は14宿坊で、洋式トイレとその他の設備を1~2設置している宿坊は28宿坊ある。この状況から、宿坊の平面構成の違いによって、宿坊は3グループに分かれていることが判明した。このように、宿坊経営に格差が生じてきているのが現状である。この要因の一つとして、檀信徒のみの受け入れや期間限定、旅館やホ

テルではない宿坊本来の宿泊を保持する、一般の拝観者の内部拝観を行わないという宿坊独自のスタイルを持っていることが挙げられる。そして、高野町観光協会からの聞き取りの中で、人手不足、後継者問題という課題が挙げられている。以上のように、御遠忌大法会(1984年)以降コロナ感染症流行期(2019年)前には客室の壁個室化が進み、なかには、世界遺産登録後バス・トイレ付という新しい形の個室も出現している。このように宿坊の増改築により、従来の襖仕切り個室中心という平面構成から、壁個室中心の平面構成へと移行し、各宿坊は、洋式トイレ、ホームページ、茶室、浴室、無線・有線LAN、その他施設や装備品を設置し、国内観光者のみならず、外国人観光者の利便性の向上が図られていると

表-3 高野山宿坊の平面構成の変化-その他の諸施設と装備品について-

宿坊/年	茶室		洋式トイレ		HP		エレベーター		浴場2つ		設備の有無
	2013	2018	2013	2018	2013	2018	2013	2018	2013	2018	
西南院	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	3
報恩院	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	3
桜池院	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	2
宝亀院	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
遍照尊院	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	2
増福院	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
成就院	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
釈迦門院	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
常喜院	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
天徳院	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	3
正智院	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	2
宝城院	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	3
西禅院	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	3
明王院	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	4
龍光院	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
親王院	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
総持院	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	3
蓮華院	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
安養院	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	3
一乗院	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	3
巴陵院	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
蓮華定院	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	2
西室院	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	2
南院	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	4
光臺院	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	2
龍泉院	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
福智院	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	4
本覚院	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	3
無量光院	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	3
本王院	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	2
普門院	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	4
普賢院	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	3
高室院	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
金剛三昧院	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
西門院	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	2
大圓院	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	3
成福院	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	2
持明院	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	3
三宝院	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	3
不動院	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	2
北室院	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
遍照光院	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	2
地藏院	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	2
蜜巖院	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
上池院	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	2
大明王院	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	2
光明院	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	2
恵光院	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	3
熊谷寺	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	3
宝善院	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	2
赤松院	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	3
清浄心院	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	2
計	21	21	49	49	29	29	5	5	5	6	

(樞出版社 (2013)『高野山 宿坊の旅』樞出版社、樞出版社 (2018)『世界遺産の霊場 高野山の宿坊 公式ガイドブック』樞出版社のデータより筆者が作成)

いう現状があり、宿坊経営の違いが浮かび上がってきた。

## (2) コロナ感染症流行期後の平面構成の変化

コロナ禍から観光が回復する中で、バス・トイレ付個室や、トイレ付個室を設置する宿坊が増加している。高野山宿坊協会によると、バス・トイレ付個室を提供する宿坊は8軒、トイレ付個室を提供する宿坊は4軒となっている。シャワー室を設ける宿坊もある。なかには、観光庁の「既存観光拠点の再生・高付加価値推進事業」関連による支援策を活用したDMO高野町の取り組みで、「特別室」というバス・トイレ完備、縁側付き二間続きの部屋で、ベッドを配するというような高付加価値化された個室が設けられた宿坊が複数あり、訪日外国人観光者の利用が大半となっている。また、無線LAN (Wi-Fi) 設備導入は、特に訪日外国人観光者にとって期待が大きく、外国人宿泊者の多い大部分の宿坊でも無線LAN (Wi-Fi) は設置されている。

以上のように、宿坊にとって宿泊客層の変化 (外国人宿泊者の割合増加) に伴い、客室の平面構成が大きく変化した。これは、客室やその他施設の使用方法が、共同利用から個別利用へと変化し、宿坊の宗教的伝統および宿坊の空間構成に、世界遺産登録や外国人宿泊者の増加という外部からの影響が及んでいることをあらわしている。

## 5-2 宿坊が提供するサービスの変化

以上のようなハード面での宿坊の変化だけでなく、宿坊のソフト面での変化も注目される。例えば、宿泊に伴い提供されるサービスである「朝の勤行」や「写経」、「阿字観」は仏教の修行を体験するものとして位置づけられている。全宿坊では、まず、「朝の勤行」への参加という修行体験が提供される。「写経」や「阿字観」という真言宗の瞑想も宿泊者に提供されるものであるが、主に宿坊へのチェックイン時の予約制で個人の自由意思に

よるものが多く、有料の宿坊もある。宿坊によっては、「護摩祈祷」も行い宿泊者は自由に参加・体験できる。このように、修行者の宗教的な実践が、国内外の宿泊者には「体験」として宿泊にセットされている状況である。しかし、金剛峯寺第412世座主を務めた松長有慶は「朝の勤行」の意味を次のように記している（松長有慶、2014：8-9）。

「真言宗では、初心者に対しては難解な教理を聞いたり、読んだりして理解しようと努めることを勧めない。最初のうちは、色彩豊かな仏具や曼荼羅の数々に取り囲まれ、異国のにおいがほのかにただよう陀羅尼や真言の響きと、日本の伝統音楽の節回しを思い起こさせる声明を耳にする機会を用意する。まずそこに入り、人間の五感をフル活用してひたすらその雰囲気を受け止める経験を優先させる。…中略…その言葉が日本語であれ英語であれ、体を通して仏の教えを身につける、そういった機会を高野山の朝の勤行が用意しているのである。」

このように、「朝の勤行」は、リラックスした形で経験する。外国人観光者にとって日常生活を離れた異次元の雰囲気以身を置き、日本の伝統的な仏教文化に触れるという環境が宿坊寺院によって用意されているということである。つまり、宿坊では、「泊まる」ことによって、仏教寺院の歴史的建物や襖などの文化財を身近に感じる「寺院の生活体験」ができ、「朝勤行」や「写経」、「阿字観」、「精進料理」という「宗教体験」がパッケージ化されている。「朝の勤行」のように、宿坊では、経典の書写である「写経」は「修行」から「自己集中・癒し」へ、僧侶が気持ちを落ち着かせるために行っていた「阿字観」は、呼吸を整え、自己集中・「マインドフルネス」へと読み替えを行い実践されている。これは宗教的背景を持たない人々にとって修行が自己集中・癒しの場として位置づけられていることをあらわしている。そして、宿泊者以外の高野山観光者に対しても、修行体験は開かれている。有料・予約制で「阿字観」、

「写経」、「護摩祈祷」体験が可能な宿坊がある。その他に、「阿字観」や「写経」、「護摩祈祷」という体験それぞれに「寺院見学」や「寺院での昼食」がセットされた体験コースを実施する宿坊<sup>19)</sup>もある。これらは、(有)高野山参詣講が運営する「もっと高野山」からWeb上で予約をする仕組みをとっている。日本語、英語、フランス語で説明され、カード決済を可能とする訪日外国人観光者にも手軽な体験プログラムが提供されている。このように宿坊が提供する従来の修行体験とは異なる観光的意味合いを持つ「体験」もあらわれ、本来の修行が観光資源として新たな形で流用されているのが現状である。

## 6. 宿坊の宗教的伝統および宿坊の空間構成に与える影響についての考察

本研究では、高野山における宿坊の観光資源化に注目し、訪日外国人旅行者の増加が宿坊の宗教的伝統および宿坊の空間構成にどのような影響を与えたかを検討した。

特に、2004年のユネスコ世界遺産登録という事象がこの変容に与えた影響を中心的な視座とした。高野山宿坊は中世以来信者や僧侶参詣者を受け入れる拠点であり、宿泊施設の機能を持つ宗派の修行・学びの場であった。昭和期以後、一般観光客にも開放され2000年代に入って以降は訪日外国人観光者の宿泊施設として注目されるようになった。高野町による統計では、世界遺産登録以降、訪日外国人観光者は増加を続け2010年代後半から宿坊宿泊者のうち外国人が半数を占めるようになったのが現状である。このような宿坊の歴史的変容を背景に、宿坊の観光資源化はどのような形で進展したのかを以下では、空間的変容、機能的変容、意味的変容の三側面から考察する。

一つ目として、宿坊では、2000年代以降、宿坊は増改築を行い、従来の襖仕切り個室から壁個室中心の平面構成へと移行し、各宿坊は洋式トイレ、ホームページ、茶室、浴室、無線・有線LAN、など

を随時設置していった。国内観光者のみならず、訪日外国人観光者の利便性の向上が図られた。コロナ感染症流行期後は、バス・トイレ付個室や、トイレ付個室を設置する宿坊が増加し、観光庁の支援策を活用した取り組みで、「特別室」という高付加価値化された個室が設けられた。このように広間を襖で仕切るという伝統的な寺院の建築様式が変容し、客室はバス・トイレ付、wife完備、なかには高付加価値化された特別室というような個室化が進展している。このような物理的改修は単なる設備の改修ではなく宗教的意味の再編へと繋がっていった。それは、次のようである。従来の宿坊は、襖で仕切られた大広間に複数の参詣者が同宿する構造を持ち、共同生活を通じて、自己の研鑽や宗教的な規律を体感する場であった。しかし、物理的改修による壁個室化は、この共同性を壊し、宿泊者の体験を個人的なものにする方向へと導いている。個室化は、宗教的实践を共同体的な修行から個人の内面に向かう「自己集中」や「癒し」の体験へと再定義する契機となったのである。そして、もう一つの側面として、洋式トイレやバス・トイレ付き個室の導入などは、身体的な負荷を軽減し、宗教的实践に伴う宿坊環境との相互作用を弱める方向に作用すると考えられる。このように、宿坊は「修行の場」から「快適な滞在空間」へと再編成が進行していること示している。これらは宗教空間そのものが観光資源として再編成されていることを示している。このような宿坊経営は全宿坊同一ではなく、格差が生まれているのが現状である。この要因は、檀信徒のみの受け入れや受け入れ期間限定、旅館やホテルではない宿坊本来の宿泊を維持する、一般の拝観者の内部拝観を行わないという住職の考え方や宿坊独自の伝統的スタイルの保持などが挙げられる。その他に、高野町観光協会からの聞き取りでは、人手不足、後継者問題という課題が宿坊経営に大きな影響を及ぼしていることが指摘されている。次に、2つ目として、現在、宿坊では、

仏教寺院の歴史的建物や襖などの文化財を身近に感じる寺院生活体験でき、そこには朝勤行や写経、阿字観、精進料理という宗教体験が観光商品としてパッケージ化されている。これは、宗教的な修業が観光体験へと読み替えられ商品化していることを表している。そして、3つ目として、宿坊に「泊まる」ことの意味合いが変容していることである。これは、従来の「修行」の場から、瞑想による自己集中やマインドフルネスの場へと読み替えられていることを示唆している。加えて、写経や阿字観などの宗教体験に「寺院見学」や「寺院での昼食」がセットされた体験コースが Web 上で売買されることは、本来の「修行や祈り」の宗教的意味合いが変容していることを意味し、宗教空間が持つ象徴的な価値が変わることを示している。

このように宿坊の観光資源化は、建築様式の変容という空間的変容が宿泊体験や宗教実践の提供を変化させ、更に機能的変化が「修行」から「癒し・自己探求」へと宗教的意味を読み替えるという、三つのレベルが相互に規定し合いながら進行する過程である。すなわち、宗教空間・宗教実践・宗教的意味は個々に変化するのではなく、観光市場に組み込まれる過程で連動的に再編成されていることが明らかとなった。

## 7 おわりに

以上の分析結果は、世界遺産登録とそれによる訪日外国人観光者の増加という外部からの影響によって、高野山宿坊が「祈りの場」から「癒しや自己変容の体験を得られる場」へとより再構築されたことを示唆すると共に、宗教施設や宗教文化が観光資源として利用・転用する動きが見られ、商品化されていることをあらわしている。このような高野山宿坊への観光対象としての注目や意味付けの変化は、既存研究の知見とも整合する。本研究は、宿坊の観光資源としての再構築の過程を時系列的に明らかにすることで、社会的・文化的なトレンドの変化の反映

をより明確に読み取ることができた。そこで、今後の課題として、高野山以外の伝統的宗教施設における類似の事例を空間構成や宗教実践、運営主体という観点で比較することで、高野山との共通点や相違点を明らかにすることが重要であると考えられる。

## 謝辞

本研究の調査では、和歌山県の一般社団法人高野町観光協会や一般社団法人高野山宿坊協会・有限会社高野山参詣講の皆さまに多大なるご協力をいただきました。以上お礼申し上げます。

## 注

(1)観光庁「地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業等」による。

[https://www.gyokaku.go.jp/review/aki/R04/img/1\\_2\\_1\\_kokudo.pdf](https://www.gyokaku.go.jp/review/aki/R04/img/1_2_1_kokudo.pdf)

(2)本稿では、「高野山金剛峯寺」と表記する際には宗教法人を、「高野山」については、高野山金剛峰寺の境内であるが、本稿ではそのように特記しない限り、地名・位置を意味している。

(3)明山文代 (2015)、「高野山における宿坊の変容と観光」、(2015年度和歌山大学観光学研究科修士論文)より参照する。

(4)同上

(5)同上

(6)以下は、高野町観光協会の詳細な調査結果報告である。

外国人観光者の出身国は、欧州が50%、北米は17.5%、オセアニアは11.4%でこの合計で78.9%となり、欧米豪系の観光者が大半を占める。アジアは、16.4%でそのうち台湾が7.1%である。旅行人数は2人が55.3%、1人が21.6%と個人旅行者の割合が多く、高野山での宿泊者は81.9%と大半を占める。高野山への旅行目的は、「寺院」と「奥の院」は観光で、「宿坊」は体験として最も多

く、次に「雰囲気」「心静かな雰囲気」「自然」で、「日本文化を知りたい」「仏教を知りたい」「歴史を知りたい」と「落ち着いたある体験」「伝統的な体験」がほぼ同数で続いている。

(7)国際観光振興機構「JNTO 平成16年業務実績報告書」

[https://www.jnto.go.jp/about\\_us/reports/gyousekil6.pdf](https://www.jnto.go.jp/about_us/reports/gyousekil6.pdf)  
p17、参考資料11を参照した。

(8)2003 (平成15)年12月設立。関西経済6団体で構成する関西産業競争力会議において、観光インバウンドは、経済界全体で取り組むべき重点課題と位置づけられたことを受けて設立された。

(9)関西経済連合会機関紙『経済人』「関西経済連 NOW “関西ブランドで観光振興!”」を参照した。

(10)2014年9月1日高野町高野山の「かさ國」菓子店への聞き取りによる

(11)日本経済新聞2014 (平成26)年9月9日地方経済面 参照

高野山が「フランス人がわざわざ足を運ぶ価値がある」という3つ星を獲得した。特に選考基準の9項目の「印象深さ」の評価項目で高い評価を得た。編集者の高野山に関するコメントとして「浮世と全く違う時間が流れている。森の中を行くと伽藍が現れる。まさに神秘的である。」とした。

(12)Best Trips 2015 -National Geographic Traveler#/koyasan-monastic-complex-japan-8

これには、高野山に関して、高野山の紹介、行くべき時期、交通機関、宿泊施設、食事、買い物、オプションツアーなど多岐に渡って紹介され、宿泊施設については「宿坊」が紹介されている。宿坊の説明で注目すべきは、「夜明けとともに起床して僧侶の朝の勤行や護摩焚きを見ること」や「websitesで予約できる」を推奨している。旅行者にとって、興味深い印象を受けるものであった。

(13)全国町村会「和歌山県高野町／高野町におけるインバウンドの取り組み」

<https://www.zck.or.jp/site/forum/1342.html> を参照した。

現在は、高野山には12か国の僧侶が在籍し、彼らの言葉を通じて高野山の魅力が発信されている。

<sup>(14)</sup>国土交通省のバリアフリー・ユニバーサルデザイン施策の高野町移動等円滑化基本構想に基づく「温水洗浄機付き公衆トイレ」の導入を計画的に実施したものである。

<sup>(15)</sup>全国町村会「和歌山県高野町／高野町におけるインバウンドの取り組み」<https://www.zck.or.jp/site/forum/1342.html> を参照した。

個人旅行が多い欧米系の訪日外国人観光者は地方での滞在や訪問を好むことが多く（市川2019：922）、2013年からは、高野町独自の補助制度にてWiFi環境の充実を図った。現在では、訪日外国人観光者が多く利用する宿坊については、ほとんど全館全室でWiFiが利用できるようになった。

<sup>(16)</sup>現在の宿坊を経営する寺院は旅館業登録がなされており、寺院の中では、宿坊に当たる部分を示して登録し、本来の寺院の部分と区別され営業が行われている。

<sup>(17)</sup>日本経済新聞1984年4月10日大阪朝刊を参照した。

<sup>(18)</sup>2013年のデータは、『高野山 宿坊の旅』株式会社柘出版社、2013年9月10日発行を参照する。2018年のデータは、『世界遺産の霊場 高野山の宿坊 公式ガイドブック』株式会社柘出版社、2018年7月30日発行を参照する。これは、柘出版社によると、『高野山 宿坊の旅』を加筆修正した上再編集したものであるとしている。

<sup>(19)</sup>宿坊での体験を含め、高野山で現在行われている体験について、予約できるサイト「もっと高野山」がWeb上で開設されている。そこには、清浄心院や成慶院、恵光院などの宿坊での体験コースが紹介されている。

## 参考文献

〔日本語文献〕

- ・明山文代（2020）「近代期における高野山の変容と聖地管理—観光開発の中での聖性保持の取り組み—」『観光学』22、1-12ページ
- ・新井直樹（2017）「インバウンド観光と地域振興」『地域政策研究』19（3）、19-17ページ
- ・有馬貴之（2015）「旅行ガイドブックに見る富士山観光のイメージ変化—『るぶ富士山』の目次を対象としたテキスト分析—」『地学雑誌』124（6）、1033-1045ページ
- ・市川康夫（2019）「中山道を歩くインバウンド・ツーリズム—欧米系ツアーリストの来訪動機に着目して—」『地学雑誌』128（6）、921-940ページ
- ・柘出版社（2013）『高野山 宿坊の旅』柘出版社
- ・柘出版社（2018）『世界遺産の霊場 高野山の宿坊 公式ガイドブック』柘出版社
- ・尾家建生（2016）「スピリチュアル・ツーリズムの動機と体験—高野山宿坊に見る外国人観光客—」『第31回日本観光研究学会全国大会学術論文集』5-8ページ
- ・門田岳久（2010）「〔宗教〕の資源化・商品化・再日常化—巡礼ツーリズム、及びその地域的展開から見た「生活」論としての宗教研究試論」『国立歴史民俗博物館研究報告』156、201-243ページ
- ・関西経済連合会（2005）「関経連NOW “関西ブランドで観光振興！”」『経済人』2005 JUNE、2-7ページ
- ・新城常三（1985）「新稿社寺参詣の社会経済史的研究」『日本仏教史学』20、67-73ページ
- ・竹田茉莉・工藤泰子（2016）「高野山におけるインバウンド観光と観光まちづくり—外国人観光客への満足度調査から—」『島根県立大学短期大学部松江キャンパス研究紀要』、55、1-10ページ
- ・松井圭介（2009）「聖地創造と消費され

る文化」神田孝治編：『観光の空間』ナカニシヤ出版、45-55ページ

- ・松井圭介（2018）「世界遺産の創造と場所の商品化」『地理空間』11（3）、177-178ページ
- ・松長有慶（2014）『高野山』岩波書店。
- ・和栗隆史（2024）「現代日本における宿坊の変容と地域社会で果たす役割に関する研究」大阪公立大学学術情報リポジトリ

〔電子資料〕

- ・観光庁（2023）「地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業等」による。  
[https://www.gyokaku.go.jp/review/aki/R04/img/1\\_2\\_1\\_kokudo.pdf](https://www.gyokaku.go.jp/review/aki/R04/img/1_2_1_kokudo.pdf)  
閲覧日：2025年10月9日
- ・観光庁（2025）「訪日外国人の消費動向2024年 年次報告書」  
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001884192.pdf>  
閲覧日：2025年10月9日
- ・国際観光振興機構（2016）「JNTO平成16年業務実績報告書」  
[https://www.jnto.go.jp/about\\_us/reports/gyouseki16.pdf](https://www.jnto.go.jp/about_us/reports/gyouseki16.pdf)  
閲覧日：2025年10月9日
- ・全国町村会「和歌山県高野町／高野町におけるインバウンドの取り組み」  
<https://www.zck.or.jp/site/forum/1342.html>  
閲覧日：2025年10月9日
- ・日本政府観光局（2025）「訪日外客数（2024年12月および年間推計値）」  
[https://www.jnto.go.jp/news/press/20250115\\_monthly.html#:~:text=%E3%81%BE%E3%81%9F%E3%80%812024%E5%B9%B4%E3%81%AE%E5%B9%B4%E9%96%93,%E3%81%A7%E9%81%8E%E5%8E%BB%E6%9C%80%E9%AB%98%E3%82%92%E8%A8%98%E9%8C%B2%EF%BC%89%E3%80%82](https://www.jnto.go.jp/news/press/20250115_monthly.html#:~:text=%E3%81%BE%E3%81%9F%E3%80%812024%E5%B9%B4%E3%81%AE%E5%B9%B4%E9%96%93,%E3%81%A7%E9%81%8E%E5%8E%BB%E6%9C%80%E9%AB%98%E3%82%92%E8%A8%98%E9%8C%B2%EF%BC%89%E3%80%82)  
閲覧日：2025年10月9日

【本稿は所定の査読制度による審査を経たものである。】